

国内零售市场进入洗牌期

随着国内电商在物流方面的不断扩张,未来实体零售业会面临越来越严峻的竞争。零售业的“冬天”似乎很难过去,各大商超的发展情况也不尽相同,零售市场进入洗牌期。

沃尔玛关店改布局

根据沃尔玛最新公布的业绩数据显示,截至今年1月31日,公司年度营收同比下滑0.7%至4821亿美元;净利润同比下降7.2%至147亿美元。沃尔玛上一财年第四财季营收同比下降1.4%至1297亿美元;净利润同比减少7.9%至45.7亿美元。

沃尔玛宣布全球关闭269家店铺,这是其对全球约1.16万家门店的全面评估后,才下的决定。为了集中资源更好地发展沃尔玛购物广场和山姆会员商店等主力业态,沃尔玛关闭了包括美国的小型业态和没有达到盈利预期的其他业态门店。而沃尔玛关掉的269家门店中,来自美国本土的门店达到154家,而海外市场仅有115家。

在收缩欧美市场的同时,沃尔玛却

在加大中国市场的布局,试图在中国市场获得较好的收益。沃尔玛在财报中表示,沃尔玛中国第四财季销售额持续增长,大卖场市场份额已连续12个季度增长,沃尔玛中国持续增长得益于新店开业和门店升级改造所带来的业绩提升。财报数据显示,2015—2016财年第四季度其中国市场销售额增长0.3%。在快速消费品类,沃尔玛中国已连续12个季度实现大卖场市场份额的增长。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬表示,沃尔玛加大关闭美国门店数量,主要是传统的欧美市场近三年来保持世界经济低迷的状况所致。而选择中国市场继续开店,是基于中国城镇化的进程不断加速,城乡人均收入在不断增加,在一、二线城市布局区域完善的情况下,沃尔玛的开张更多是三、四线市场。

零售业进入洗牌期

与沃尔玛不同的是,家乐福在2015年受益欧美市场业绩得到增长的同时,其中国区门店的关店步伐却在加大。家乐福首席财务官Pierre-Jean Sivignon表

示,过去三年家乐福在中国关闭30家门店,而且去年第四季度中国业务艰辛。

1月15日,家乐福公布了第四季度业绩,受益于西班牙和意大利业绩增长,家乐福连续四年收获增长,家乐福四季度收入增长2.4%至224亿欧元(约合1608.32亿元人民币),比分析师预计的226亿欧元(约合1622.68亿元人民币)略低,中国市场销售额却大幅下滑了11.2%。

据统计,2015年家乐福在中国新开门店17家(其中11家为大卖场、6家为便利店),关闭门店18家。截至2015年12月31日,门店总数达235家(其中228家大卖场,7家便利店)。

值得一提的是,在外资零售企业中,大润发超市保持了较好的发展势头,在2015年开了31家新门店。沃尔玛虽然全球关闭门店269家,但是在中国市场,沃尔玛提出了3年(2015—2017年)将新开业约115家门店,在2015年,沃尔玛新开业了23家门店,包括22家大卖场和1个山姆会员店。而永辉为代表的内资零售巨头也加大了开店步伐。据永辉超市发布的2015年度业绩快报显示,公司2015年

实现营业收入421.45亿元,同比增长14.75%;归属母公司净利润60581.58万元。对此,中银国际证券分析师表示,公司在行业低迷时期,永辉超市通过收购兼并的方式加速全国网点布局,实现超市行业的资源整合,有望成为全国性连锁扩张的超市龙头企业。

在朱丹蓬看来,中国的零售行业都在洗牌,易初莲花等一些超市进入没落阶段,家乐福也表现一般,未来,国内零售业中沃尔玛、大润发、永辉超市等具有竞争力。

朱丹蓬表示,中国的零售业市场将是哑铃型。也就是说,零售业的未来业态要么很大,要么很小(超级大卖场和24小时便利店),BC类的门店(指营业面积通常在300~1000平方米的中型超市)会逐渐被压缩,生存难度较大。

同样,在香颂资本沈萌看来,国内零售连锁业短期看,虽然有一定来自电商的冲击,但继续向三、四线城市或郊区下沉仍然有发展的空间,不过随着国内电商在物流方面的不断扩张,未来实体零售业会面临越来越严峻的竞争。

(联商网)

商超资讯

苏宁建立跨境商品质量溯源体系

近日,苏宁海外购和中华人民共和国南沙出入境检验检疫局在广州联合签署《共同推进跨境电商质量溯源合作备忘录》,为平台海量商品的正品溯源工作铺平道路。广东出入境检验检疫局依托先进的信息技术手段和官方大数据平台建成的进出口商品全球质量溯源体系,将为苏宁易购2.5亿会员购买进口商品提供正品保障,让消费者放心无忧消费。

随着品质消费时代的来临和国家利好政策的推动,我国跨境电商交易规模增长迅猛。根据商务部的数据,2016年我国跨境电商贸易总额有望突破6万亿,并将在未来几年继续

保持每年30%的增长。

业内人士评价,当前我国跨境电商发展势头迅猛,对进出口商品的质量监督和安全监管提出了更高的要求。广东出入境检验检疫部门建立的跨境电商商品质量溯源体系,溯源链条已延伸至境外,形成来源可查、去向可追、责任可究的闭环监管,从源头上为跨境电商商品品质把关,有利于维护消费者的合法权益。而随着苏宁易购等业内龙头企业陆续引入质量溯源体系,相信会在业内形成鲶鱼效应,推动整个行业的健康可持续发展。

(中国经济网)

天虹商场去年利润实现扭亏为盈

本报讯 王晓梦 天虹商场日前发布2015年业绩快报。报告显示,2015年,天虹商场实现营业总收入173.96亿元,同比增长2.34%;利润总额16.71亿元,较上年同期增长116.24%;归属于上市公司股东的净利润12.08亿元,较上年同期增长124.44%。

据了解,天虹商场营业总收入近几年一直呈增长态势,增幅不大。而净利润始终保持在5亿左右,然而在2014年呈现负增长,增长率为-12.52%。但据2015年财报显示,去年天虹商场的净利达到了12.08

亿,增幅较大,扭转了颓势。据悉,这与天虹商场在报告期内,围绕打造体验式消费、构建O2O新零售方式、重塑全渠道供应链、扁平化和网络制的组织模式变革稳步推进各项经营工作有关。

同时,在报告期内,天虹商场转让了全资子公司深圳深诚物业管理有限公司100%股权,并以该股权为标的资产开展相关创新型资产运作。根据转让对价、资产账面值以及支付相关的税金、费用等进行测算,本次交易为其增加税后净利润约8.5亿元。



成为行业新趋势
烘焙+咖啡

近年来,中国大陆的传统零售饼店正在发生一些有意思的变化,越来越多的人在购买新鲜出炉的面包、甜点或者定制蛋糕的同时,会带上一杯现煮咖啡、饮料或者冰淇淋。许多饼店都配置了咖啡机、饮料机和冰淇淋机,一些大型连锁面包店还会提供店内座椅,或是像法国街头、西方购物商场里常见的露天桌椅,并开始提供与咖啡馆一样的外带饮品,包括咖啡、冰沙、奶昔、维他命果汁或蔬菜汁等,价格也与咖啡店饮品接近。

一家一线城市的独立面包咖啡店主表示:“通过面包挣得的收入大多都用来付人工费和房租。大多数利润则来自饮料。夏天

冰饮卖得好,冬天依靠热饮。”这种面包咖啡店的收入组成与目前正在快速增长的咖啡餐饮行业完全不同:在咖啡店中,咖啡系列饮品的收入大多用来支付人工费用和房租,而利润来源则是食物和其他饮品;而面包咖啡店则正好相反,他们利用咖啡来增加利润。

这种“轻食”与复合经营模式越来越成为一种明显的行业新业态,烘焙与相关咖啡、饮料、轻食、休闲餐饮的跨界融合越来越显著。中国烘焙展是亚太地区最大的烘焙产品及相关服务展览会,见证和引领着这种行业的新趋势。自2010年起,越来越多的咖啡、饮料、轻食等相关企业陆续参与到中国烘焙展

行业平台。2015年,中国烘焙展上应势推出“咖啡展区”,规模5000平米,展示内容涵盖咖啡粉豆、咖啡粉、速溶咖啡、咖啡器皿、咖啡机、烘焙机、咖啡店等咖啡相关产业链产品,得到众多咖啡相关企业和从业人员的普遍关注。2016年,该“咖啡展区”将进一步发展,将会加入“饮料、冰淇淋、披萨以及其他休闲食品”等相关内容。

随着人们生活品质的提高,人们可能会抽出时间去一个烘焙店,点上自己喜欢的面包和一杯咖啡,坐在露天的椅子上,尽情享受生活的美好。烘焙+咖啡的经营模式也会得到更多人的认可。

(食品伙伴网)